

利郎营收破40亿元的背后

本报记者 施珊妹

昨日,中国利郎有限公司发布2025年业绩公告。数据显示,利郎集团收入同比增长11.5%至人民币40.69亿元,权益股东应占利润上升9.0%至人民币5.02亿元。利郎成为闽派男装史上首家营收破40亿元大关的上市企业。

过去多年,闽派男装上市企业凭借成熟的品牌运营与渠道网络,营收规模稳定在30亿元左右。其中,利郎2019年营业收入为36.58亿元,达到历史峰值。尽管行业整体稳健,但受消费结构变化、渠道转型等各方因素影响,闽派男装上市企业规模增长始终处于蓄力阶段。

率先叩开“40亿”大门,利郎做对了什么?2025年年报中,利郎有哪些数据格外亮眼?对于未来,利郎有哪些规划?



推进变革足够坚决

“40亿”里程碑,不仅是企业发展的新高度,更是闽派男装产业升级、高质量发展的标志性节点。作为转型最坚决的企业之一,利郎过去多年在全渠道、数字化、年轻化推进加快,单店与线上效率持续提升。

这些年来,利郎集团持续深化渠道改革。自利郎集团2024年启动DTC模式转型后,加速推进渠道革新,该模式对销售增长的积极影响亦逐步体现。继东北地区及江苏省成功完成转型,利郎集团2025年再完成收回山东省及重庆市一级分销商的经营权。

DTC模式的深度落地,不仅强化了利郎品牌与消费者的直接联结,提升用户忠诚度与市场响应速度,更为“利郎LILANZ”主系列长远发展注入持续动能。

2025年,“利郎LILANZ”主系列持续巩固传统男装市场的竞争壁垒,通过优化产品结构、深化区域渠道布局与渗透,进一步提升品牌在核心市场的认知度与市场份额。2025年“利郎LILANZ”主系列收入增长加快,同比上升6.0%,达29.22亿元,占总收入的71.8%。



增长引擎足够给力

利郎上扬的业绩中,三大给力的增长引擎贡献亮眼。

其一,“利郎LESS IS MORE”轻商务系列。针对年轻消费者的“利郎LESS IS MORE”轻商务系列继续发挥全直营模式的优点,善用购物中心的门店网络,精准触达年轻商务客群,单店效益大幅提升,轻商务及其他系列收入实现28.4%的收入增长。

其二,新零售渠道。新零售渠道是利郎集团核心的增长引擎之一,通过各大平台的网店及其他新兴渠道,已经从库存清理转型为新品销售主力,在线深耕成熟平台并拓展新兴渠道,年内电商业务表现优于整体,达到25%的增长。其中,各在线渠道方面,利郎集团覆盖抖音、天猫等成熟销售平台,以及拼多多、微信视频号、得物、小红书等新兴渠道。年内,抖音销售额同比大幅增长39%。同时,利郎集团充分利用小红书、微博等社交平台,持续输出产品穿搭示范、设计师访谈、品牌理念解读等高质量内容,不仅深化了与消费者的情感联结,更有效拓展了年轻客群,为新零售业务打开新的增长空间。

其三,“多品牌、国际化”战略布局。利郎集团通过控股合资公司经营的高端高尔夫服饰品牌“万星威MUNSINGWEAR”,于2025年在中国市场顺利启动在线销售,并开设首批实体店,进一步丰富了利郎集团的多元化品牌组合与高端产品线。同时,利郎的门店正式落户马来西亚,开设了包括吉隆坡核心商圈的“未来商业(Future Retail)”概念旗舰店在内的4家海外门店,迈出全球拓展实质性步伐。

创新研发足够极致

男装市场在消费升级的大趋势下呈现结构性分化,商务休闲、轻商务等中高端细分赛道成为带动增长的核心动力,而传统的大众正装市场则面临转型压力,行业整体竞争格局加速优化。龙头企业凭借在品牌建设、产品研发(如采用科技面料、环保材质)及数智化供应链管理方面的优势,市场份额进一步集中。与此同时,企业在生产端更趋向于聚焦高价值产品。这些趋势表明,行业正加速从“数量竞争”迈向以“创新、质量与可持续发展”为核心的高质量竞争阶段。

这些年来,闽派男装铆劲在产品上下功夫,利郎集团则以“一米宽、万米深”为导向,深化全产业链自主研发,打造出一个个核心精品单品。

继2024年利郎拒水羽绒3.0获世界纪录认证机构(WRCA)两项认证,横扫美国MUSE设计金奖等七项国际大奖,2025年利郎拒水羽绒系列升级至4.0版本,牵头与中国服装协会、福建省纤维检验中心制定并发布《羽绒服装抗湿冷性能的检测和评价》及《拒水羽绒服装》两项团体标准,首次明确“抗湿冷”“拒水羽绒”的科学定义与检测体系,填补国内行业空白,将自身技术积累转化为全行业可参照的规范标准。利郎集团领先的创新拒水羽绒技术有效解决南方湿冷的环境痛点,成功带动羽绒品类销售同比增长显著。

不止于拒水羽绒服,在功能单品创新领域,利郎集团持续优化消费体验。其持久白免烫衬衫以DP3.5级免烫工艺,保持“30次机洗平整亮白”优势,延续WRCA认证优势;耐洗POLO衫升级高温无缝热压工艺与高牢度染色技术,兼具易去污、防晒、速干功能,契合商务通勤需求;利郎集团在抗皱、快干、耐洗等基础功能上持续突破,相关技术广泛应用于全年新产品线,实现功能性与舒适度的平衡。

注重创新研发,利郎集团不断夯实技术团队。截至2025年12月底,利郎集团研发部人员共401人,占利郎集团员工总数的6.9%。

深耕“多品牌、国际化”核心战略

“2025年,中国利郎以差异化品牌矩阵深耕男装市场,通过‘利郎LILANZ’主系列、‘利郎LESS IS MORE’轻商务系列及‘万星威MUNSINGWEAR’运动线构建多元业务布局,全方位满足市场高质量、多元化的消费需求。同时,利郎集团优化全渠道营销布局,强化在线线下协同运营,在线积极拓展新兴平台、线下加速推动DTC模式,同步推进国际化布局,多维度提升品牌影响力与营运效能。”中国利郎主席兼非执行董事王冬星说。

展望未来,王冬星表示,面对机遇与挑战并存的市场环境,中国利郎将保持审慎乐观的态度,继续深耕“多品牌、国际化”核心战略,推进渠道改革,强化产品创新、提升运营效率,巩固并提升集团于中国男装行业的领先地位。

渠道方面,利郎集团计划于2026年全年净增加约50至100家门店,开店重点继续聚焦于优质购物中心及奥特莱斯。同时,利郎集团将进一步巩固已转型区域的经营成果,并探索在更多合适区域推广DTC模式,以强化市场控制力、提升消费体验。

新零售业务方面,利郎集团将持续推进在线渠道布局,目标是2026年实现新零售销售额增长15%以上,并通过内容电商与精准直播触达更多年轻客群,带动整体销售实现10%增长。

多品牌方面,利郎集团将稳步推进“万星威MUNSINGWEAR”的业务发展,计划在中国内地继续拓展实体店网络,并拓展在线销售渠道,实现在线线下联动。国际化拓展方面,继马来西亚市场后,利郎集团在菲律宾的公司注册程序已完成,预计于2026年内正式开展业务,逐步完善海外渠道布局。

“中国利郎将立足于2025年所奠定的稳健基础,在聚焦‘利郎LILANZ’主系列及‘利郎LESS IS MORE’轻商务发展的同时,深化新零售战略,推进多品牌及海外业务,从而向质量与效率双升的高阶增长阶段迈进,并将继续通过研发创新,持续加强ESG建设,实现业务增长与可持续发展并行,致力于为股东创造稳健及可持续的回报。”王冬星说。

中国品牌之都 领军品牌榜

发布平台: 15880722026

LILANZ
简约男装

361°

盼盼食品集团
PANPAN FOODS GROUP

信泰集团
SinceTech
信泰·网布科技领航者

JINLONG 晋江
取胜源于可靠
WIN WITH RELIABILITY

SHUA 舒华

凤竹纺织
FYNEX TEXTILES

虚位以待...

产业周刊 企业最新资讯权威发布平台
15880722026

中国品牌之都 | **优秀供应商** | 发布平台: 15880722026

茂泰鞋底
MAOTAI SOLES

星达鞋材
TPU热熔胶、高低温膜
服务热线: 0595-85127511

倍龙机械
JILONG

本佳针车
WWW.BEYOUNGSJEW.COM

专业生产:一次、二次MD、RB、PU鞋底
东骏鞋材
DONGJUN SHOES MATERIAL
电话:0595-27193333 85090555

源泰皮业
Sourtao
服务热线: 0595-85685062

爱丽卡
ALLIKA
专业演绎精彩
韩国品质 晋江制造
热熔丝、TPU丝、TPEE丝、尼龙单丝
地址: 晋江国际鞋纺城B区一号街11-12
电话: 0595-85872288